Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 28 (1976)

Heft: 18

Artikel: Immer Ärger mit den Medien : Radio und Fernsehen unter Machtverdacht [Fortsetzung]

Autor: Menningen, Walter

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-933186

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Immer Ärger mit den Medien

Radio und Fernsehen unter Machtverdacht

Das Individuum in der Kommunikation

Die Kommunikationswissenschaft hat die Vorstellung von der Allmacht der Massenmedien aufgrund ihrer Forschungsergebnisse in den letzten Jahrzehnten entscheidend korrigiert. In den zwanziger und dreissiger Jahren ging man von der Annahme aus, dass die politische oder weltanschauliche Tendenz einer Publikation inhaltgleich auf die Meinung des Lesers wirke. Man stützte sich auf eine Gesellschaftstheorie, wonach die moderne Industriegesellschaft mit ihrer ungeheuren Wanderungsbewegung die Menschen aus ihren traditionellen Bindungen gelöst habe. Die Familie, die dörfliche oder kleinstädtische Nachbarschaft als Bewahrer überkommener Normen und Wertvorstellungen funktionierten nicht mehr. Industrialisierung und Demokratisierung hätten einen Gesellschaftstyp hervorgebracht, eben die Massengesellschaft, in der das Individuum anonym und isoliert, ohne Bindungen an Gleichgesinnte gleichsam heimatlos dahinlebe und somit schutzlos den Einflüssen der Massenmedien ausgeliefert sei.

Differenzierte Reaktion auf die «geheimen Verführer»

Die Theorie der Massengesellschaft verband sich mit der Ansicht, dass jedes Individuum in ungefähr derselben Art und Weise auf das Angebot der Massenmedien reagiere. Nach den (inzwischen überholten) Thesen der Instinktpsychologie ging die herrschende Lehrmeinung davon aus, dass die menschlichen Reaktionen von angeborenen und verhältnismässig einheitlichen biologischen Mechanismen und Triebstrukturen bestimmt werden. Der Erfolg von Werbe- und Verkaufskampagnen schien dies zu bestätigen. Die beträchtliche Zahl derer, die etwa neuen Modetrends folgte, erweckte den Eindruck, dass jeweils *alle* den heimlichen Verführern erliegen. In Wirklichkeit, so weiss man heute, ist es immer nur eine begrenzte Zahl. Manchmal sind es vorwiegend bestimmte Schichten oder Altersgruppen, manchmal die Männer, die Frauen oder die Kinder. Denn der Erfolg der Werbung ist schon gegeben, wenn sie für ein Produkt einen nennenswerten Marktanteil erobert. Bei einheitlichen Trieb- und Reaktionsmustern müssten wirkungsvolle Werbekampagnen aber zu hundertprozentigen Markterfolgen führen.
Die Vorstellung von der Allmacht der Massenmedien hielt und hält sich unter anderem darum so hartnäckig, weil sie, wie der Politikwissenschafter Frieder Naschold festhält, den Intentionen zweier in ihrer Zielsetzung entgegengesetzten Gruppen entsprach. «Die eine erhoffte sich über die Massenmedien ein Wiederaufleben einer gut unterrichteten öffentlichen Meinung, die zur Demokratisierung auch der Massengesellschaft beitragen sollte. Die andere sah in den Massenmedien dunkle Kräfte, die auf eine Zerstörung der demokratischen Gesellschaft hinwirken.»
Sowohl die Laboruntersuchungen wie die empirische Feldforschung der Kommuni-

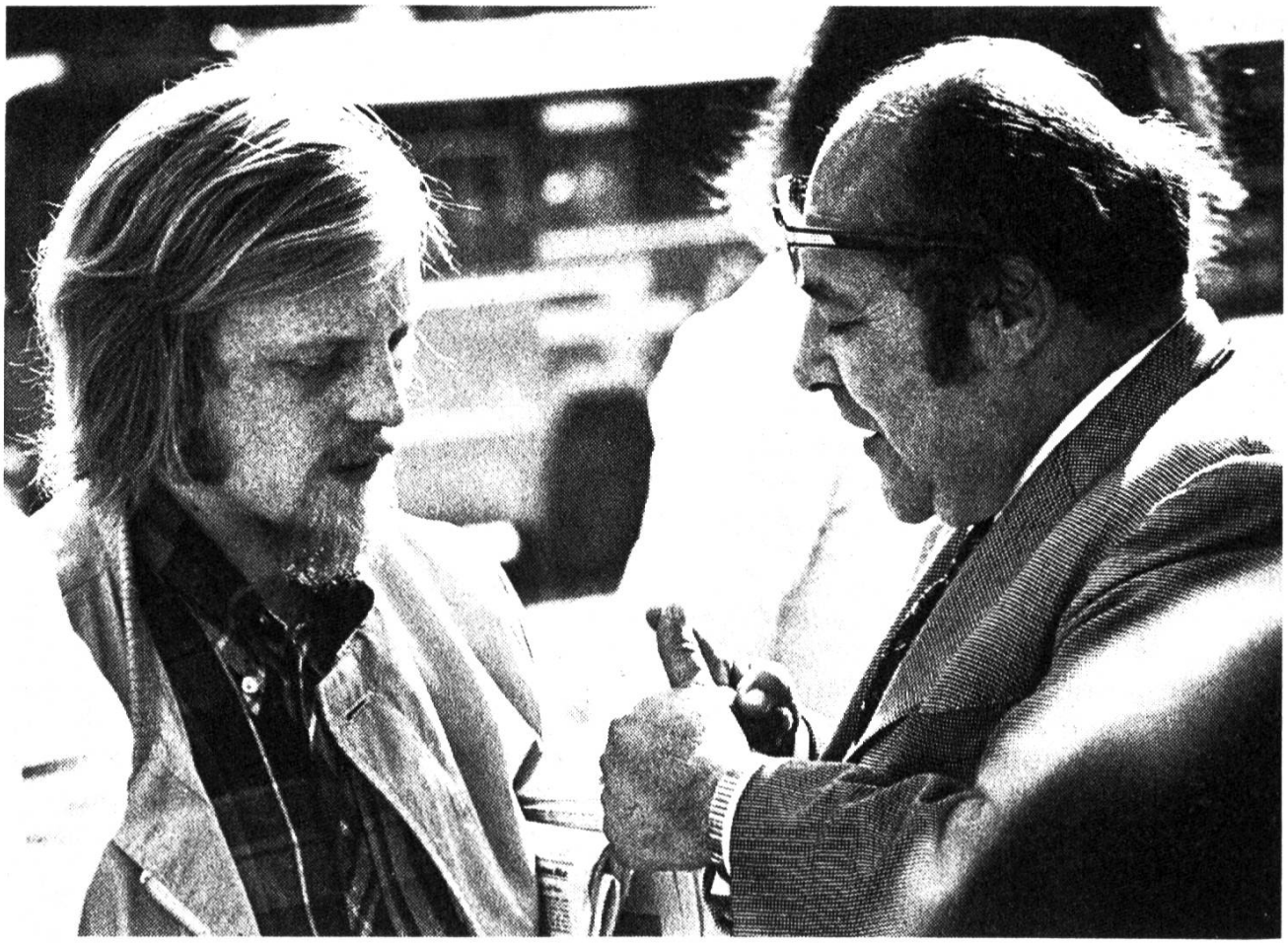
kationswissenschafter haben ein wesentliches Ergebnis festgehalten: Auch in der industriellen Massengesellschaft reagieren die Menschen so unterschiedlich, wie sie nach Temperament und Herkommen, nach Erziehung, Bildung und Erfahrung verschieden sind. Auch ein Nichtmarxist kann in diesem Sinne den Ausspruch von Karl Marx unterstreichen, dass das gesellschaftliche Sein das Bewusstsein bestimmt.

Sprache als wesentliches Mittel der Kommunikation

Das wesentliche Mittel der Kommunikation ist die Sprache. Sprache ist die Voraussetzung für das Denken, der Schlüssel auch zur Erkenntnis des Wesens des anderen in seiner geistigen und seelischen Gesamtpersönlichkeit. Kommunikation findet in der Sprache ihre eigentliche Ausprägung. Auch Bilder sind ohne Sprache nicht zu entschlüsseln. «Wenn das Kind mit seinen Eltern und Geschwistern Wort um Wort lernt, haben seine Partner nur selten das Gefühl, es zu erziehen. Dennoch tun sie dies in dieser Situation nachhaltiger als in jeder anderen,» meint Peter R. Hofstätter. «Was wir Erziehung nennen, setzt gemeiniglich voraus, dass Sprachverkehr bereits etabliert sei. Der Sprachverkehr wird dabei als eine jener Selbstverständlichkeiten angesehen, um die man sich nicht eigens zu kümmern brauche.... Verglichen mit dem Ausmass, in dem die Welt des Kindes durch die Sprache geformt wird, ereignet sich aber im Jahrzehnt der Erziehung kaum etwas von gleicher Bedeutung.» Die Erziehung, die Ausbildung von Bewusstsein durch Sprache und Sprechen beginnt im ersten Lebensjahr und prägt den Menschen für sein ganzes Leben. Art und Weise wie auch Ergebnis der Spracherziehung sind bestimmt durch die Bildungsvoraussetzungen der Eltern und ihre soziale, weltanschauliche und kulturelle Prägung. Selbst im Generationskonflikt kann der Jugendliche die Prägungen durch das Elternhaus nicht vollständig abstreifen, allenfalls modifizieren.
Mit der Sprache werden nicht nur Begriffe und Inhalte gelernt, sondern auch Normen und Wertvorstellungen übernommen. Die Sprache, in der und mit der man aufgewachsen ist, bestimmt also wesentlich Reaktion und Verarbeitung von Umwelteinflüssen, zu denen man nicht zuletzt die Publikationen der Massenmedien zählen muss. Die durch Sprache und Erziehung, durch Erlebnis und Erfahrung erlangte Befähigung reicht natürlich bei weitem nicht aus, sich mit allen Einflüssen, ganz gleich, wie sie an einen herangetragen werden, selbständig auseinanderzusetzen, sie zu verarbeiten und zu bewältigen. Das Individuum ist auf Hilfen angewiesen. Es findet sie aktiv in der sozialen Gruppe, der es zugehört, in der Familie, am Arbeitsplatz, bei Freunden und Bekannten. Und soweit es ihm an unmittelbarer Anlehnung fehlt, schützen es psychische Abwehr- und Orientierungsmechanismen, die es instandsetzen, sich in und gegenüber seiner Umwelt zu behaupten.

Quellenharmonisierung

Hat sich ein Mensch nach seinen Lehr- und Wanderjahren etabliert, seinen Platz im Leben und seinen Standort im Spannungsfeld der Meinungen und Weltanschauungen bezogen, wobei ja, wie gesagt, Erziehung und Bildung, Herkunft und soziale Situation (um nicht zu sagen: Klassenzugehörigkeit) prägend gewirkt haben, ist er auf Beständigkeit seines Weltbildes bedacht. Er hat ein Bedürfnis, sich vor Verunsicherung zu schützen. Dies bestimmt seine Auswahl von Informationen. Wollte der Mensch sich aufgrund der täglich auf ihn einstürmenden Informationen und Meinungen, Einflüsterungen und Agitationen jeweils in seinem sozialen Verhalten neu orientieren, seinen Standort von Grund auf neu bestimmen, er verlöre jegliche Orientierung. Zur Vermeidung von Verunsicherung wird er also, selbst wenn er mehrere Massenmedien benutzt, dahin tendieren, nur das auszuwählen, was der Beständigkeit seines Weltbildes nutzt. Hofstätter spricht von einer Tendenz zur «Quellenharmonisierung», die jedem Menschen eigen ist. Er bevorzugt stets das Medium und jene Publikationen, durch die er sich in seinem Weltbild bestätigt fühlt.



Er kehrt unter Umständen die Tendenz der Information ins Gegenteil um, weil er sich abschirmen will.
Bei der Quellenharmonisierung handelt es sich nach Hofstätter um eine «Zensurmassnahme» des Empfängers, der bezüglich des tatsächlichen Informationsangebots eine zweckgerichtete Auswahl trifft. Angebotene Informationen durch die Medien führen darum in den meisten Fällen, wie Untersuchungen ergeben haben, lediglich zu einer Bestätigung schon vorhandener Meinungen; selten zu einer Neutralisierung und fast nie zu einer Umkehrung. «Indem wir der einen Informationsquelle unser Vertrauen schenken und die andere niemals konsultieren (wenn auch durchaus anhören, d. A.), erleichtern wir uns – beziehungsweise sie uns – den Aufbau eines recht konsistenten Weltbildes.» Zur Frage der Einstellungs- oder Meinungsänderung durch Umwelteinflüsse muss namentlich auch auf die Arbeiten von Leon Festinger und dessen «Theorie der kognitiven Dissonanz» verwiesen werden, welche die These von der Quellenharmonisierung noch verdeutlicht. Ausgangspunkt dieser Theorie ist die Beobachtung, dass beim Menschen oft Unstimmigkeiten auftreten, zwischen dem, wie er handelt, und dem, was er weiss. Man könnte sagen, er handelt unvernünftig, oder er erfährt nachträglich, dass er unvernünftig gehandelt hat. Der Antrieb, eine bestimmte Sache zu tun, erweist sich als stärker als die Gegenargumente, die sein Verstand ihm sagt. Ein junger Mann etwa, so Festinger, spendiert seiner Freundin ein teureres Abendessen, als er es sich nach Lage seiner Finanzen leisten kann. Das bereitet ihm Unbehagen, Gewissensbisse. Um aus diesem Dilemma herauszukommen, sagt er sich (und vertritt diesen Standpunkt auch gegenüber Dritten), seine Freundin sei so grossartig, dass es schon einmal gerechtfertigt sei, Schulden zu machen.
Festinger will damit anschaulich machen, dass der menschliche Organismus stets bestrebt ist, in innerer Harmonie zu leben, eine Übereinstimmung zwischen Meinun-

gen, Haltungen, Informationen und Werten zu erreichen. Die Dissonanz-Theorie besagt, dass bei jedem Menschen, wenn eine Dissonanz zwischen Verhalten und Erfahrung auftritt, im psychischen System Kräfte entstehen, die diese Dissonanz abzubauen versuchen. «Wenn eine solche Dissonanz besteht, wird der Mensch versuchen, sie herabzumindern, indem er entweder sein Handeln oder seine Überzeugungen und Grundsätze ändert. Wenn er seine Handlungen nicht ändern kann, wird ein Meinungswandel eintreten.» Nicht also der Meinungswandel ist nach Festingers Theorie die zwingende Reaktion auf Verunsicherung einer bisherigen Einstellung, sondern eher das Bemühen, sich der Verunsicherungen durch Verdrängen der Gegenargumente zu entziehen oder sich durch Sammeln neuer Informationen und Argumente in seiner vorgegebenen Meinung zu bestätigen. Eine Meinungsänderung wird erst zwingend, wenn sie der einzige Ausweg aus einer Verunsicherung ist; wenn diese so stark ist, dass sie – einfach gesagt – überzeugt.

Persönlichkeitsstruktur von massgebender Bedeutung

Natürlich ist für den Wandel oder Nichtwandel von Einstellungen und Meinungen, wie die zahlreichen Laborversuche ergeben haben, auch die Persönlichkeitsstruktur, also Temperament und Veranlagung massgebend. Menschen mit geringer Selbsteinschätzung sind leichter zu überreden als andere; aber diese leicht Überredbaren sind dann auch am ehesten wieder umzukehren. Interessant ist, dass Personen, die für eine Sache gewonnen wurden, zu ihrer neuen Meinung konsequenter stehen, wenn man ihnen von vornherein sagt, dass sie diese schon sehr bald gegenüber anderen verteidigen müssen. Wer seiner Umwelt in unverhohlener Feindschaft gegenübersteht, ist relativ schwer für eine neue Meinung zu gewinnen. Gleiches gilt für Einzelgänger. Personen mit reicher Phantasie und Einbildungskraft sind dagegen leichter zu überreden, beziehungsweise zu überzeugen.
Schliesslich wird vielfach übersehen, dass zahllose Publikationen deshalb unwirksam bleiben, weil sie jene, für die sie gedacht sind, einfach nicht erreichen. Es fehlt vielleicht an den Bildungsvoraussetzungen oder einem zureichenden Erfahrungshorizont. Manchmal ist es auch nur Desinteresse, weil man sich nicht betroffen fühlt. Sind die Publikationen wichtig, dann werden sie den einzelnen dennoch erreichen – allerdings über den Filter der sozialen Gruppe, der er sich zugehörig fühlt, die dann weitgehend auch die Vermittlung und Bewertung des Informationsstoffs bestimmt.

Walter Menningen

In der nächsten Nummer folgt der Beitrag «Die soziale Gruppe im Kommunikationsprozess»

Praesens plant Dokumentarfilm über Ulrike Meinhof

epd. Einen Dokumentarspielfilm über Ulrike Meinhof hat die Zürcher Praesens-Film AG beim Titelregister der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO) in Wiesbaden angemeldet. Der Film soll, wie es in der Ankündigung heisst, «in Zusammenarbeit mit Personen gestaltet werden, die Ulrike Meinhof gut kannten und Aussagen über sie machen können». Als zentrales Thema fungiert die Frage, unter welchen Umständen und Bedingungen Ulrike Meinhof sich zur Gewaltanwendung entschloss. Der Film sei, wie weiter betont wird, weder als persönliche Würdigung noch als Nachruf gedacht. Er wolle einen «Fall» kritisch analysieren, um die gesellschaftlichen und politischen Verhältnisse darzustellen, in denen Tragödien dieser Art sich hätten entwickeln können.